

DAFTAR PUSTAKA

- Citra Sugianto P. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa Jurnal Manajemen dan StratiUp Bisnis*. Vol.1, No. 5:594-603.
- Diansyah, dan A. Indah N. 2017. Pengaruh Pemasaran Internet dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal of Business Studies*. Vol. 2, No.1:84-98.
- Elvinaro, Ardianto. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosarekata Media.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- I'in Endang, M dan O. Jorge. I. 2013. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media Online (*E-Marketing*). *Jurnal Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta*. Vol.4, No. 2: 151-161.
- Juhaeri. 2014. Pengaruh Pemasaran On-line, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Kreatif Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*. Vol.1, No. 2:51-73.
- Kotler, P & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management 15th Ed*. New Jersey: Person Education
- Kotler, P dan Gary Armstrong. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller. 2009. *Marketing Management Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Latifah, Z dan Retno H. 2018. Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kualitas Situs Web, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-commerce Shopee di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. Vol.7, No. 3:1-11.
- Lorena, E.G.F. et al. 2018. *Influence of Socila Network on The Purchase Decisions of University Students*. *Cuadernos de Gestion*. Vol.18, No. 1:61-84.

- M. A, Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- M. Nick Hajli. 2014. *A Study of The Impact of Social Media on Consumers*. *International Journal of Market Research*. Vol.56, No. 3:387-404.
- Muanas, Arif. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekata Media.
- Nufazil, A. 2014. *Impact of Social Media on Consumer's Buying Decisions*. *Abhinav National Monthly Refereed Journal of Research in Commerce & Management*. Vol.3, No. 7:1-7.
- Rambat L, dan Ridho. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rawin, V. et al. 2018. *Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Trust Influence Purchase-Decision Involvement in Using Traveling Service*. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*. Vol.6, No. 4:32-37.
- Resa, N.A dan Ria A. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-commerce Fashion Muslim Hijup di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. Vol.6, No. 1:75-85.
- Sangadji, dan Sopiah. 2010. *Metodelogi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi
- Sangadji, dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia.
- Shantanu P, N.K Totala, dan I.C Gupta. 2014. *Social Media and Customer Purchase Decision*. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*. Vol.8, No. 2:166-171.
- Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silvia,S.S dan Mastono. 2017. Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Lazada.co.id Pada Mahasiswa STIE Pelita Indonesia. *Procuratio STIE Pelita Indonesia*. Vol. 5, No.1: 81-95.

Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono, Wibowo E. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suhari, Y. 2009. *Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Stikubank.

Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik. 2009. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

_____.2018. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. Kudus: FEB UMK

https://id.wikipedia.org/wiki/Lazada_Indonesia ; diakses tanggal 27 Februari 2019

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4351437/transaksi-harbolnas-2018-tembus-rp-68-triliun> ; diakses pada tanggal 2 Februari 2019.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce> ; diakses pada tanggal 2 Februari 2019.

<http://www.kominfo.go.id/> ; diakses pada tanggal 15 Desember 2018.

www.lazada.co.id/about/; diakses pada tanggal 8 Mei 2019.

<https://tirto.id/lazada-dan-tokopedia-dalam-cengkeraman-alibaba-cuQz> ; diakses tanggal 27 Februari 2019

<https://www.caralazada.com/2019/02/kekurangan-lazada-dibanding-aplikasi-marketplace-lain.html> ; diakses pada tanggal 8 Februari 2019.